

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PUBLIK DENGAN KEPUASAN PUBLIK SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*: PERAN NILAI PELANGGAN SEBAGAI MODERASI

Sefnedi

Dosen Pascasarjana Magister Ilmu Manajemen, Universitas Bung Hatta
Padang. Email : sefnediphd@yahoo.com

Diterima 02 Agustus 2016

Disetujui 30 Agustus 2016

ABSTRAK

Penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh intervensi kepuasan pelanggan pada hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dan peran nilai pelanggan sebagai moderator. Populasi penelitian ini adalah semua seluruh masyarakat yang menerima kualitas pelayanan penerbitan akta kelahiran di periode Agustus-Desember 2014 yang menyumbang 351 pelanggan dan jumlah sampel yang dapat digunakan adalah 187 pelanggan. Untuk menguji hipotesis, penelitian ini melakukan analisis regresi sederhana dan hirarkis. Hasil analisis ditampilkan bahwa kualitas pelayanan secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan ditemukan memiliki efek positif pada loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan terbukti sebagai variabel *intervening* pada hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, dan nilai pelanggan moderator hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Customer Value, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study examined the intervening effect of customer satisfaction on the relationship between service quality and customer loyalty and the role of customer value as moderating. The research population is all entire communities who received service quality of birth certificate issuance in the period of August-December 2014 that accounted for 351 customers and the numbers of usable samples were 187 customers. In order to test hypotheses, this study performs simple and hierarchical regression analyses. The results of analysis displayed that service quality positively influences customer satisfaction and customer loyalty, customer satisfaction was found to have positive effect on customer loyalty, customer satisfaction was proven as intervening variable on the relationship between service quality and customer loyalty, and customer value moderated the relationship between service quality and customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Value, and Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Tujuan utama pembentukan pemerintahan adalah untuk menjaga sistem ketertiban masyarakat agar dapat menjalani kehidupannya secara wajar (Rasyid, 1997). Hal ini bermakna bahwa Pemerintah mempunyai tugas memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat sebagai abdi rakyat dan abdi Negara.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 mengatur tentang administrasi kependudukan. Salah satu organisasi pemerintah yang menangani persoalan administrasi kependudukan adalah Dinas

Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh. Sebagaimana lazimnya sebuah organisasi publik, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat atau publik yang pada gilirannya akan menciptakan kepuasan publik dan selanjutnya melahirkan loyalitas publik.

Loyalitas publik dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh public atau masyarakat seperti menyampaikan hal yang positif tentang layanan, merekomendasikan kepada orang lain agar menggunakan jasa layanan, dan

melakukan transaksi secara berulang. Berdasarkan data yang diperoleh tentang perkembangan pengurusan akta kelahiran pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh selama Tahun 2014 diketahui bahwa selama periode bulan Januari-Juli 2014 jumlah akta kelahiran yang diterbitkan mengalami fluktuasi. Namun sejak bulan Agustus-Desember 2014 jumlah akta kelahiran yang diterbitkan selalu mengalami penurunan. Terjadinya penurunan penerbitan akta kelahiran tersebut merupakan indikasi atau fenomena bahwa masyarakat atau publik kurang loyal.

Dalam literatur manajemen pemasaran dijelaskan bahwa diantara variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepuasan konsumen (Fornell, 1994; Kotler dan Keller, 2011). Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan (Kotler dan Keller, 2011). Menurut Lopiyoadi dan Hamdani (2008) kepuasan konsumen sangat bergantung kepada kualitas pelayanan. Kotler dan Keller (2011) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk layanan jasa yang diberikan oleh organisasi penyedia jasa yang berkaitan dengan *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*.

Berdasarkan penelaahan studi empiris, ditemukan gap literatur dimana pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen masih ambigu. Dengan kata lain bahwa sebagian peneliti menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Fahmi, Siti & Siswidiyanto, 2012; Jaka, 2012; Auli, 2013; Ajeng, Sri & Sendhang, 2013) dan peneliti lain menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Nurul, 2012, Suwardi, 2011; Yuliarmi & Riyasa, 2007). Sekaran (2006) menjelaskan bahwa apabila pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain belum konklusif, maka peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan variabel moderasi, tetapi variabel moderasi tersebut harus pernah diuji sebelumnya sebagai variabel bebas.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis mempertimbangkan variabel nilai pelanggan sebagai variabel moderasi. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu dimana variabel nilai pelanggan sebelumnya pernah diuji sebagai variabel bebas terhadap kepuasan (Nurul, 2012; Rita, Taher, Umar, & Suharyono, 2013; Ajeng, Sri & Sendhang, 2013).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Target populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau publik yang telah menerima layanan akta kelahiran pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh Periode Agustus-Desember 2014 yang berjumlah sebanyak 351 orang. Sedangkan jumlah sampel adalah 187 orang dimana metode penarikan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan kebetulan dimana siapa saja masyarakat yang pernah menerima layanan akta kelahiran pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh Periode Agustus-Desember 2013 dijadikan sebagai responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner dimana kuesioner tersebut berisikan pernyataan yang berhubungan dengan identitas responden, variabel kualitas pelayanan, nilai pelanggan, kepuasan nasabah, dan loyalitas. Sebelum kuesioner disebarkan, terlebih dahulu peneliti menjelaskan tujuan dari penyebaran kuesioner yang dalam hal ini adalah semata-mata untuk kepentingan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Definisi & Operasional Variabel

Loyalitas publik adalah perilaku positif yang diperlihatkan oleh masyarakat pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh yang berkaitan dengan indikator (Caruana, 2002): *Say positive things*, *Recommend friends*, dan *Continue Purchasing*.

Kepuasan publik adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh publik dalam mengurus akta kelahiran pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh dengan cara membandingkan antara harapan dan kenyataan (Kotler dan Keller, 2011). Pengukuran variabel kepuasan publik menggunakan lima item pernyataan yang diadaptasi dari Anthanassopoulos, Antreas, Spiros dan Vlassis (2001) yaitu: Layanan yang bebas kesalahan, Iklim layanan, Lokasi layanan, Biaya layanan, dan e) Kepuasan menyeluruh (*overall satisfaction*).

Nilai pelanggan adalah penilaian keseluruhan masyarakat atau publik terhadap

kegunaan sebuah akta kelahiran berdasarkan persepsinya terhadap apa yang mereka terima dan apa mereka korbakan (Kotler dan Keller, 2011). Pengukuran nilai pelanggan menggunakan tujuh item pernyataan yang diadaptasi dari Rachmad (2009) yaitu: nilai produk (akte kelahiran), nilai layanan, nilai personel, nilai moneter, nilai waktu, nilai energy, dan nilai psikis.

Kualitas pelayanan adalah segala aktivitas yang dilaksanakan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan publik dalam penerbitan akta kelahiran. Pengukuran kualitas pelayanan menggunakan lima dimensi yang diadaptasi dari Parasuraman, Barry dan Zeithalm (1991) yaitu: *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden menunjukkan bahwa kebanyakan responden adalah perempuan (57,2%), usia antara 39 s/d 49 tahun (44,4%), pendidikan SLTA (52,9%), pekerjaan Petani (34,8%), dan telah mengurus akta kelahiran sebanyak 2 kali (39,6%). Untuk mengetahui apakah instrumen pertanyaan valid atau tidak valid, maka digunakan dengan nilai *loading factor*. Suatu item dinyatakan valid bila memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,50. Sedangkan untuk uji reliabilitas digunakan nilai *cronbach's alpha* minimal 0,70 (Sekaran, 2006).

Tabel 1 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah item	Tidak Valid	Valid	Cronbach's Alpha	Keterangan
Loyalitas Publik	3	-	3	0,962	Reliabel
Kepuasan Publik	5	-	5	0,859	Reliabel
Nilai Pelanggan	6	-	6	0,936	Reliabel
Kualitas Pelayanan	22	3	19	0,970	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2015

Deskripsi variabel dimaksudkan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian seperti skor rata-rata dan tingkat capaian responden (TCR) beserta kategori hasil.

Tabel 2 : Deskripsi Variabel

Variabel	Skor Rata-Rata	Standar Deviasi	TCR (%)	Kategori Hasil
Loyalitas Publik	4,01	0,634	80,20	Loyal
Kepuasan Publik	3,91	0,595	78,20	Cukup Puas
Nilai Pelanggan	3,65	0,766	73,00	Cukup
Kualitas Pelayanan	3,88	0,634	77,60	Cukup Baik

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011). Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, menyimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal. Uji linearitas dilakukan dengan teknik *compare means* menyimpulkan bahwa variabel penelitian memiliki hubungan yang linear karena nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05. Uji Heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser yang menemukan bahwa tidak terjadi gejala heteoskedastisitas, karena

semua variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

Uji Hipotesis dan Pembahasan

Hipotesis H1 dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas publik pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh. Untuk melakukan pengujian hipotesis H1 ini digunakan analisis regresi linier sederhana.

Tabel 3 : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Publik

Variabel Terikat	Konstanta dan Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikan
Loyalitas Publik (Y)	Konstanta (a)	2,637	0,000
	Kualitas Pelayanan (X)	0,355	0,000
	F Statistik	26,381	0,000
	Adjusted R ²	0,120	

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2015*

Dari Tabel 3 diatas diketahui koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh sebesar 0,355 dengan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap loyalitas publik (Y), sehingga H₁ dapat diterima. Temuan ini bermakna bahwa jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi maka akan dapat meningkatkan loyalitas publik. Namun sebaliknya, jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh tidak mampu memberikan pelayanan yang lebih baik lagi maka akan dapat menurunkan tingkat loyalitas publik. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu (Ketut & Sundring, 2011; Rachmad, 2009; Rinda & Nur,

2012) yang juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Nilai F statistik diperoleh 26,381 dengan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas publik adalah layak. *Adjusted R²* (*adjusted R square*) diperoleh sebesar 0,120 yang bermakna bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas publik adalah 12%, sedangkan sisanya sebesar 88% merupakan kontribusi variabel lainnya.

Hipotesis H2 dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan publik pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh. Untuk melakukan pengujian hipotesis H2 ini digunakan analisis regresi linier sederhana dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4 : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Publik

Variabel Intervening	Konstanta dan Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikan
Kepuasan Publik (I)	Konstanta (a)	2,234	0,000
	Kualitas Pelayanan (X)	0,435	0,000
	F Statistik	36,275	0,000
	Adjusted R ²	0,159	

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2015*

Dari Tabel 4 diatas diketahui koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh sebesar 0,435 dengan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan publik (I), sehingga H₂ dapat diterima. Hasil ini dapat diartikan bahwa jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi maka akan dapat meningkatkan kepuasan publik. Namun sebaliknya, jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh tidak mampu memberikan pelayanan yang lebih baik lagi maka akan dapat menurunkan tingkat kepuasan publik. Temuan penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu seperti Fahmi dkk (2012), Jaka (2012), dan Auli (2013)

yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai F statistik diperoleh 36,275 dengan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik adalah layak. *Adjusted R²* (*adjusted R square*) diperoleh sebesar 0,159 yang bermakna bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik adalah 15,9%, sedangkan sisanya sebesar 84,1% merupakan kontribusi variabel lainnya.

Hipotesis H3 dalam penelitian ini adalah kepuasan publik berpengaruh positif terhadap loyalitas publik pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh.

Hipotesis H₂ dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap

kepuasan nasabah. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 5 : Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Publik

Variabel Terikat	Konstanta dan Variabel Intervening	Koefisien Regresi	Signifikan
Loyalitas Publik (Y)	Konstanta (a)	2,113	0,000
	Kepuasan Publik (I)	0,485	0,000
	F Statistik	67,904	0,000
	Adjusted R ²	0,265	

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2015*

Dari Tabel 5 diatas diketahui koefisien regresi variabel kepuasan publik (I) diperoleh sebesar 0,485 dengan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat simpulkan bahwa kepuasan publik (I) berpengaruh positif terhadap loyalitas publik (Y), sehingga H₃ dapat diterima. Temuan ini dapat diartikan bahwa jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh dapat meningkatkan kepuasan publik maka akan dapat meningkatkan tingkat loyalitas publik. Namun sebaliknya, jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh tidak dapat meningkatkan kepuasan publik maka akan dapat menurunkan tingkat loyalitas publik. Temuan penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu seperti Alida (2007), Asmai dan Zhafiri (2011), dan Indrianawati dan Ricky (2009) yang menemukan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Nilai F statistik diperoleh 67,904 dengan signifikan 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian tentang pengaruh kepuasan publik terhadap loyalitas publik adalah layak. *Adjusted R²* (*adjusted R square*) diperoleh sebesar 0,265 yang bermakna bahwa kontribusi variabel kepuasan publik terhadap loyalitas publik adalah 26,5%, sedangkan sisanya sebesar 73,5% merupakan kontribusi variabel lainnya.

Hipotesis H₄ dalam penelitian ini adalah Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas publik akan lebih besar jika melalui kepuasan publik pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh. Untuk melakukan pengujian hipotesis H₄ ini digunakan analisis regresi bertingkat dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 6 : Pengaruh Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Publik

Konstanta, Variabel Bebas dan <i>Intervening</i>	Model 1		Model 2		Keputusan
	Koefisien Regresi	Sig.	Koefisien	Sig.	
Konstanta	2,637	0,000	1,700	0,000	-
Kualitas Pelayanan (X)	0,355	0,000	0,173	0,012	-
Kepuasan Publik (I)	-	-	0,420	0,000	H ₄ diterima
F statistik	26,381	0,000	38,149	0,000	Model 1 dan 2 Layak
<i>Adjusted R Square</i>	0,120		0,285		-

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2015*

Model 1 menjelaskan pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas publik (Y) dimana nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh sebesar 0,355 dan signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat diartikan bahwa secara langsung variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap loyalitas publik (Y).

Nilai F statistik diperoleh 26,381 dengan signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) yang berarti Model 1 (pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas publik) dinyatakan layak. *Adjusted R square* diperoleh sebesar 0,120 yang berarti besarnya pengaruh atau kontribusi variabel kualitas pelayanan secara langsung terhadap loyalitas publik adalah 12%.

Model 2 menjelaskan pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas publik (Y) yaitu melalui kepuasan publik (I) sebagai variabel *intervening*. Pada Model 2 ini, variabel kualitas pelayanan (X) masih berpengaruh signifikan terhadap loyalitas publik (Y), karena koefisien regresinya adalah 0,173 dan signifikan 0,012 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan publik (I) berperan sebagai variabel *intervening* (*partial intervening*) antara kualitas pelayanan (X) dan loyalitas publik (Y). Nilai F statistik diperoleh 38,149 dengan signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) yang berarti Model 2 (pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan melalui kepuasan terhadap loyalitas publik) dinyatakan layak. *Adjusted R square* diperoleh sebesar 0,285 yang berarti besarnya pengaruh atau kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas publik melalui kepuasan publik adalah 28,5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas publik lebih besar jika melalui variabel kepuasan publik, sehingga H₄ dapat diterima.

Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh dapat meningkatkan kualitas pelayanan

maka hal tersebut akan dapat menyebabkan semakin tinggi tingkat kepuasan publik. Seterusnya, apabila semakin tinggi tingkat kepuasan publik, maka akan menyebabkan tingkat loyalitas publik akan semakin tinggi pula. Tetapi sebaliknya, jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh tidak dapat meningkatkan kualitas pelayanan maka akan dapat menyebabkan semakin rendah tingkat kepuasan publik. Seterusnya, apabila semakin rendah tingkat kepuasan publik, maka akan menyebabkan tingkat loyalitas publik akan semakin rendah pula. Temuan penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menemukan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan (Fahmi dkk, 2012; Jaka, 2012; Auli, 2013) dan selanjutnya kepuasan mempengaruhi loyalitas (Alida, 2007; Asmai dan Zhafiri, 2011; Indrianawati dan Ricky, 2009).

Hipotesis H5 dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik akan semakin kuat bila nilai pelanggan semakin tinggi pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh. Untuk melakukan pengujian hipotesis H5 ini digunakan analisis regresi bertingkat dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 7. Pengaruh Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi

Konstanta, Variabel Bebas dan Moderasi	Model 1		Model 2		Model 3	
	Koefisien Regresi	Sig.	Koefisien Regresi	Sig.	Koefisien Regresi	Sig.
Konstanta (a)	2,234	0,000	1,659	0,000	0,006	0,009
Kualitas Pelayanan (X)	0,435	0,000	0,142	0,054	0,615	0,004
Nilai Pelanggan (M)	-	-	0,468	0,000	1,022	0,000
X.M	-	-	-	-	0,153	0,016
F statistik	36,275	0,000	53,951	0,000	38,882	0,000
<i>Adjusted R Square</i>	0,159		0,363		0,379	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Model 1 menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan publik (I) dimana Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh sebesar 0,435 dan signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan publik (I). Nilai F statistik diperoleh 36,275 dengan signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) yang berarti Model 1 (pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas publik) dinyatakan layak. *Adjusted R square* diperoleh sebesar 0,159 yang

berarti besarnya pengaruh atau kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik adalah 15,9%.

Model 2 menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan (X) dan nilai pelanggan (M) terhadap kepuasan publik (I) dimana Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh sebesar 0,142 dan signifikan sebesar 0,054 (lebih besar dari 0,05), sehingga dapat diartikan pada Model 2 ini variabel kualitas pelayanan (X) tidak berpengaruh terhadap kepuasan publik (I).

Koefisien regresi variabel nilai pelanggan (M) diperoleh sebesar 0,468 dan signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga dapat pada Model 2 ini variabel nilai pelanggan (M) berpengaruh positif terhadap kepuasan publik (I). Nilai F statistik diperoleh 53,951 dengan signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) yang berarti Model 2 (pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas publik) dinyatakan layak. *Adjusted R square* diperoleh sebesar 0,363 yang berarti besarnya pengaruh atau kontribusi variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan publik adalah 36,3%.

Model 3 menjelaskan peranan nilai pelanggan (I) sebagai variabel moderasi pada pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan publik (I) dimana Variabel XM (interaksi antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan) memiliki koefisien regresi 0,153 dan signifikan sebesar 0,016 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan berperan sebagai variabel moderasi. Pada Model 3 diperoleh *Adjusted R square* sebesar 0,379, sedangkan pada Model 1 diperoleh *Adjusted R square* hanyalah sebesar 0,159. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel nilai pelanggan (M) memperkuat pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan publik (I), sehingga H_5 dapat diterima. Temuan ini dapat diartikan bahwa jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh dapat meningkatkan nilai pelanggan maka hal tersebut akan dapat menyebabkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik akan semakin kuat. Tetapi sebaliknya, bahwa jika dimasa yang akan datang Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Sungai Penuh tidak dapat meningkatkan nilai pelanggan maka hal tersebut akan dapat menyebabkan semakin lemah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif baik terhadap kepuasan publik maupun terhadap loyalitas publik pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh.
2. Kepuasan publik berpengaruh positif baik terhadap loyalitas publik pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh.
3. Kepuasan publik berperan sebagai variabel *intervening* antara kualitas pelayanan dan loyalitas publik pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh. Dalam

pengertian lain, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas publik semakin besar jika melalui kepuasan publik

4. Nilai pelanggan berpengaruh positif baik terhadap kepuasan publik pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh

5. Nilai pelanggan memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan publik pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh

Keterbatasan

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Penelitian ini masih menggunakan sampel dan belum mengamati seluruh anggota populasi, dimana teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.
2. Penelitian ini hanya dilaksanakan pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Sungai Penuh, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada instansi lainnya.
3. Penelitian ini hanya meneliti variabel loyalitas publik, kepuasan publik, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan, sehingga variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi loyalitas publik tidak termasuk kedalam ruang lingkup penelitian ini.

Saran Untuk Peneliti Berikutnya

1. Peneliti yang akan datang disarankan agar menggunakan seluruh populasi atau seluruh masyarakat atau publik sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Peneliti yang akan datang dapat mempertimbangkan teknik penarikan sampel lainnya seperti *stratified random sampling* yaitu penarikan sampel secara acak berdasarkan strata misalnya berdasarkan pendidikan.
3. Peneliti berikutnya dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas publik seperti penanganan keluhan, *switching barriers*, dan citra instansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, U.I., Sri, S., dan Sendhang, N. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Vol 1 No 8.

- Anthanasopoulos., Antreas., Spiros. G dan Vlassis. S (2001). Behavioral Responses to Customer Satisfaction: An Empirical Study. *European Journal of Marketing*, Vol 35, No 5/6 687-707.
- Asmai dan Zhafiri (2011) Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Studi tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol 15 No. 1.
- Auli, L.Y (2013). Persepsi tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Ptduk dan fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal 2 (1)*
- Caruana, Albert (2002). Service Loyalty: The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, Vol 36 No 8 pp 811-828.
- Fahmi, R., Siti, R., dan Siswidiyanto (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik di Kota Depok). *Jurnal Administrasi Publik Vol 1. No 5*.
- Fornell, C. (1994). Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*. Vol 56.
- Jaka, Jamakas (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Otonomi Vol 12 No.3*.
- Ketut dan Sundring (2011). Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja-Bali) *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 13 No.1
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Nurul, Qamariah (2012). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen Vol 10 No 1*.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, Vol. 67, No.4 (Winter), 420-450
- Rachmad, Hidayat (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vo,11 No 1*.
- Rinda, N dan Nur, Iriawan (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan *Flexi Mobile Broadband* di Wilayah Surabaya dengan Pendekatan SEM Bayesian. *Jurnal Sains dan Seni ITS*. Vol 1 No.1
- Rita, A., Taher, A., Umar, N., dan Suharyono (2013). Effect of Service Quality and Product Quality to Corporate Image, Customer's Satisfaction and Customer's Trust. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Volume 9, Issue 6
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Buku I dan II. Edisi 4. Penerbit Salemba Empat
- Suwardi (2011). Menuju Kepuasan pelanggan melalui Penciptaan Kualitas pelayanan. *Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol 11 No 1
- Yuliarni, N.N dan Riyasa, P. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Bulletin Studi Ekonomi Vol 12 No 1*.